Aviso: [2026-11-15 12:47] este documento é uma impressão do portal Ciência_Iscte e foi gerado na data indicada. O documento tem um propósito meramente informativo e representa a informação contida no portal Ciência_Iscte nessa data.

Hélia Gonçalves Pereira

Investigadora Associada
BRU-Iscte - Business Research Unit



Contactos

E-mail	helia.pereira@iscte-iul.pt
Gabinete	D4.31
Telefone	217650479 (Ext: 220746)
Cacifo	110-B

Currículo

Hélia Gonçalves Pereira is an Associate Professor of the Marketing, Operations and General Management Department at Instituto Universitário de Lisboa - ISCTE-IUL. Hélia Gonçalves Pereira is Director of the Master in Hospitality and Tourism Management and of the Tour DC Msc (ERASMUS Mundus); Pos-Degree in Sales Management and Pos Degree in Top Management in Hospitality and Tourism.
She is Coordinator of the Marketing FutureCast Lab, an applied research lab in new trends in marketing. Her background is interdisciplinary, combining a BSc in Economics, a post Degree in European Studies, a MSc in Management and a PhD in Management with specialization in Marketing and several years as senior consultant in Price Waterhouse and Coopers. She has interests in consumer behaviour, internet marketing and social media and, as well, tourism marketing.
She was, between 2016 and 2019, member of the board (non-executive) of Turismo Fundos SGFII, S.A., a financial society that supports tourism and industrial projects.

Áreas de Investigação

Marketing Turístico

Marketing Digital

Comportamento do Consumidor

Qualificações Académicas

Universidade/Instituição	Tipo	Curso	Período
ISCTE-IUL - Instituto Superior Ciências Trabalho e da Empresa	Doutoramento	Gestão	2009
ISCTE-IUL - Instituto Superior Ciências Trabalho e da Empresa	Mestrado	Gestão de Empresas	2003
ISCTE-IUL - Instituto Superior Ciências Trabalho e da Empresa	Pós-graduação	Gestão de Empresas	1998
Faculdade de Economia - UNL	Licenciatura	Economia	1995
Instituto Superior de Economia e Gestão - UTL	Pós-graduação	Estudos Europeus	1995

Atividades Profissionais Externas

Período	Empregador	País	Descrição
Desde 2014	ENAM Moçambique	--	Professor
2012 - 2014	Universidade Getúlio Vargas	--	Professor
Desde 2012	Marketing FutureCast Lab	--	Coordenador do Conselho Científico
Desde 2010	Viatecla	--	Coordenação Científica Projecto Video For Travel
2006 - 2008	Universidade Lusófona	--	Professor
Desde 2005	INDEG-ISCTE	--	Professor
Desde 2005	INDEG-ISCTE	--	Professor
2002 - 2003	ISCEM	--	Professor

Atividades Letivas

Ano Letivo	Sem.	Nome da Unidade Curricular	Curso(s)	Coord.
2020/2021	2º	Trabalho de Projecto em Gestão de Hotelaria e Turismo		Não
2020/2021	2º	Dissertação em Gestão de Hotelaria e Turismo		Não

2020/2021	2º	Gestão do Turismo e do Lazer		Sim
2020/2021	2º	Estágio em Gestão de Hotelaria e Turismo		Não
2020/2021	2º	Gestão do Marketing	Licenciatura em Gestão de Recursos Humanos;	Não
2020/2021	1º	Seminário de Investigação em Marketing	Mestrado em Marketing;	Sim
2020/2021	1º	Marketing	Curso de Pós Graduação em Direcção Empresarial;	Sim
2020/2021	1º	Gestão de Serviços A Clientes		Sim
2020/2021	1º	Estratégia e Planeamento de Marketing	Curso de Pós Graduação em Direcção Comercial; Curso de Pós Graduação em Marketing;	Não
2020/2021	1º	Estratégia e Planeamento de Marketing	Curso de Pós Graduação em Direcção Comercial; Curso de Pós Graduação em Marketing;	Não
2020/2021	1º	Marketing Empresarial		Sim
2020/2021	1º	Marketing Empresarial		Sim
2020/2021	1º	Seminário de Investigação em Gestão	Mestrado em Gestão de Empresas;	Não
2020/2021	1º	Turismo e Mundos Urbanos		Sim
2020/2021	1º	Dissertação em Gestão de Hotelaria e Turismo	Mestrado em Gestão de Hotelaria e Turismo;	Não
2020/2021	1º	Marketing e Inovação em Turismo		Sim
2020/2021	1º	Enoturismo e Negócio do Vinho		Não
2020/2021	1º	Grandes Eventos e Gestão de Eventos		Não
2020/2021	1º	Turismo de Compras e Gestão de Retalho de Luxo		Não
2020/2021	1º	Turismo Electrónico		Não
2020/2021	1º	Gestão do Marketing		Não
2019/2020	2º	Análise de Negócios Internacionais		Sim
2019/2020	2º	Projeto de Preopening em Hotelaria e Turismo		Sim

2019/2020	2º	Projeto em Gestão de Topo em Hotelaria e Turismo		Sim
2019/2020	2º	Enoturismo e Negócio do Vinho		Sim
2019/2020	2º	Grandes Eventos e Gestão de Eventos		Sim
2019/2020	2º	Turismo de Compras e Gestão de Retalho de Luxo		Sim
2019/2020	2º	Turismo Electrónico		Sim
2019/2020	2º	Estágio em Gestão de Hotelaria e Turismo		Sim
2019/2020	2º	Gestão do Marketing	Licenciatura em Gestão de Recursos Humanos;	Sim
2019/2020	1º	Seminário de Investigação em Marketing	Mestrado em Marketing;	Sim
2019/2020	1º	Marketing	Curso de Pós Graduação em Direcção Empresarial;	Sim
2019/2020	1º	Métodos de Investigação em Hotelaria e Turismo		Sim
2019/2020	1º	Estratégia e Planeamento de Marketing	Curso de Pós Graduação em Direcção Comercial; Curso de Pós Graduação em Marketing;	Sim
2019/2020	1º	Marketing Empresarial		Sim
2019/2020	1º	Marketing Empresarial		Sim
2019/2020	1º	Seminário de Investigação em Gestão	Mestrado em Gestão de Empresas;	Não
2019/2020	1º	Estratégia e Desenvolvimento Organizacional para os Media	Mestrado em Gestão de Novos Media;	Sim
2019/2020	1º	Gestão do Marketing		Sim
2018/2019	2º	Marketing	Curso de Pós Graduação em Direcção Empresarial;	Sim
2018/2019	2º	Gestão de Turismo Internacional		Sim
2018/2019	2º	Finanças Empresariais em Hotelaria e Turismo		Sim
2018/2019	2º	Análise de Negócios Internacionais		Sim
2018/2019	2º	Marketing Bancário		Sim

2018/2019	2º	Marketing de Projetos		Sim
2018/2019	2º	Projeto de Preopening em Hotelaria e Turismo		Sim
2018/2019	2º	Projeto em Gestão de Topo em Hotelaria e Turismo		Sim
2018/2019	2º	Enoturismo e Negócio do Vinho		Sim
2018/2019	2º	Grandes Eventos e Gestão de Eventos		Sim
2018/2019	2º	Estágio em Gestão de Hotelaria e Turismo		Sim
2018/2019	2º	Gestão do Marketing	Licenciatura em Gestão de Recursos Humanos;	Sim
2018/2019	1º	Seminário de Investigação em Marketing	Mestrado em Marketing;	Sim
2018/2019	1º	Métodos de Investigação em Hotelaria e Turismo	Mestrado em Gestão de Hotelaria e Turismo;	Sim
2018/2019	1º	Estratégia e Planeamento de Marketing	Curso de Pós Graduação em Direcção Comercial; Curso de Pós Graduação em Marketing;	Não
2018/2019	1º	Estratégia e Planeamento de Marketing	Curso de Pós Graduação em Direcção Comercial; Curso de Pós Graduação em Marketing;	Não
2018/2019	1º	Marketing Empresarial		Sim
2018/2019	1º	Marketing Empresarial		Sim
2018/2019	1º	Seminário de Investigação em Gestão	Mestrado em Gestão de Empresas;	Não
2018/2019	1º	Seminário de Investigação em Gestão	Mestrado em Gestão de Empresas;	Não
2018/2019	1º	Estratégia e Desenvolvimento Organizacional para os Media	Mestrado em Gestão de Novos Media;	Sim
2018/2019	1º	Gestão do Marketing		Sim
2018/2019	1º	Gestão do Marketing		Sim
2018/2019	1º	Gestão do Marketing		Sim
2017/2018	2º	Marketing	Curso de Pós Graduação em Direcção Empresarial;	Sim

2017/2018	2º	Análise de Negócios Internacionais		Sim
2017/2018	2º	Marketing de Projetos		Sim
2017/2018	2º	Projeto de Preopening em Hotelaria e Turismo		Sim
2017/2018	2º	Projeto em Gestão de Topo em Hotelaria e Turismo		Sim
2017/2018	2º	Gestão do Marketing	Licenciatura em Gestão de Recursos Humanos;	Não
2017/2018	1º	Seminário de Investigação em Marketing	Mestrado em Marketing;	Não
2017/2018	1º	Marketing		Sim
2017/2018	1º	Estratégia e Planeamento de Marketing	Curso de Pós Graduação em Direcção Comercial; Curso de Pós Graduação em Marketing;	Sim
2017/2018	1º	Estratégia e Planeamento de Marketing	Curso de Pós Graduação em Direcção Comercial; Curso de Pós Graduação em Marketing;	Sim
2017/2018	1º	Marketing Empresarial		Sim
2017/2018	1º	Seminário de Investigação em Gestão	Mestrado em Gestão de Empresas;	Não
2017/2018	1º	Seminário de Investigação em Gestão	Mestrado em Gestão de Empresas;	Não
2017/2018	1º	Projeto de Gestão de Marketing 1		Sim
2017/2018	1º	Gestão do Marketing		Não
2017/2018	1º	Gestão do Marketing		Não
2017/2018	1º	Gestão do Marketing		Não
2017/2018	1º	Estratégia de Marketing		Sim
2016/2017	2º	Análise de Negócios Internacionais		Sim
2016/2017	2º	Marketing de Projetos		Sim
2016/2017	2º	Projeto de Preopening em Hotelaria e Turismo		Sim
2016/2017	2º	Projeto em Gestão de Topo em Hotelaria e Turismo		Sim

2016/2017	2º	Gestão do Marketing		Sim
2016/2017	2º	Gestão do Marketing		Sim
2016/2017	1º	Marketing	Curso de Pós Graduação em Direcção Empresarial;	Sim
2016/2017	1º	Estratégia e Planeamento de Marketing	Curso de Pós Graduação em Direcção Comercial; Curso de Pós Graduação em Marketing;	Sim
2016/2017	1º	Estratégia e Planeamento de Marketing	Curso de Pós Graduação em Direcção Comercial; Curso de Pós Graduação em Marketing;	Sim
2016/2017	1º	Marketing Empresarial		Não
2016/2017	1º	Seminário de Investigação em Gestão	Mestrado em Gestão de Empresas;	Sim
2016/2017	1º	Seminário de Investigação em Gestão	Mestrado em Gestão de Empresas;	Sim
2016/2017	1º	Seminário de Investigação em Gestão de Serviços e Tecnologia	Mestrado em Gestão de Serviços e da Tecnologia;	Não
2016/2017	1º	Gestão do Marketing		Sim
2016/2017	1º	Gestão do Marketing		Sim
2016/2017	1º	Gestão do Marketing		Sim
2016/2017	1º	Estratégia de Marketing		Sim
2015/2016	2º	Marketing Bancário		Sim
2015/2016	2º	Marketing de Projetos		Sim
2015/2016	2º	Projeto de Preopening em Hotelaria e Turismo		Sim
2015/2016	2º	Gestão do Marketing		Sim
2015/2016	2º	Gestão do Marketing		Sim
2015/2016	1º	Marketing	Curso de Pós Graduação em Direcção Empresarial;	Sim
2015/2016	1º	Estratégia e Planeamento de Marketing	Curso de Pós Graduação em Direcção Comercial; Curso de Pós Graduação em Marketing;	Sim
2015/2016	1º	Estratégia e Planeamento de Marketing	Curso de Pós Graduação em Direcção Comercial; Curso de Pós Graduação em Marketing;	Sim
2015/2016	1º	Marketing Empresarial		Sim

2015/2016	1º	Seminário de Investigação em Gestão	Mestrado em Gestão de Empresas;	Não
2015/2016	1º	Seminário de Investigação em Gestão	Mestrado em Gestão de Empresas;	Não
2015/2016	1º	Seminário de Investigação em Gestão de Serviços e Tecnologia	Mestrado em Gestão de Serviços e da Tecnologia;	Sim
2015/2016	1º	Seminário 1 : Comportamento Financeiro das Familias Portuguesas		Sim
2015/2016	1º	Gestão do Marketing		Sim
2015/2016	1º	Gestão do Marketing		Sim
2015/2016	1º	Gestão do Marketing		Sim
2015/2016	1º	Estratégia de Marketing		Sim
2014/2015	2º	Marketing Bancário		Sim
2014/2015	2º	Marketing de Projetos		Sim
2014/2015	2º	Marketing_fd		Sim
2014/2015	2º	Gestão do Marketing	Licenciatura em Gestão de Recursos Humanos;	Sim
2014/2015	2º	Gestão do Marketing	Licenciatura em Gestão de Recursos Humanos;	Sim
2014/2015	1º	Estratégia e Planeamento de Marketing	Curso de Pós Graduação em Direcção Comercial; Curso de Pós Graduação em Marketing;	Não
2014/2015	1º	Estratégia e Planeamento de Marketing	Curso de Pós Graduação em Direcção Comercial; Curso de Pós Graduação em Marketing;	Não
2014/2015	1º	Marketing Empresarial		Não
2014/2015	1º	Seminário de Investigação em Gestão		Não
2014/2015	1º	Gestão do Marketing		Sim
2014/2015	1º	Gestão do Marketing		Sim
2014/2015	1º	Gestão do Marketing		Sim
2014/2015	1º	Estratégia de Marketing	Mestrado em Marketing;	Sim
2014/2015	1º	Modelos de Negócio Digitais e Tendências de Marketing	Curso de Pós Graduação em Marketing;	Sim

2014/2015	1º	Modelos de Negócio Digitais e Tendências de Marketing	Curso de Pós Graduação em Marketing;	Sim
2013/2014	2º	Gestão do Marketing		Sim
2013/2014	2º	Gestão do Marketing		Sim
2013/2014	1º	Tópicos de Estratégia de Marketing		Sim
2013/2014	1º	Estratégia e Planeamento de Marketing	Curso de Pós Graduação em Direcção Comercial;	Sim
2013/2014	1º	Estratégia e Planeamento de Marketing	Curso de Pós Graduação em Direcção Comercial;	Sim
2013/2014	1º	Gestão do Marketing		Sim
2013/2014	1º	Gestão do Marketing		Sim
2013/2014	1º	Gestão do Marketing		Sim
2013/2014	1º	Estratégia de Marketing	Mestrado em Marketing;	Sim

Orientações

• Teses de Doutoramento

- Em curso

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Estado	Instituição
1	Diogo Filipe Marques dos Santos Rosa	O papel da comunicação digital na gestão de crise. O caso das Instituições de Ensino Superior durante a COVID-19	Português	Em curso	Iscte
2	Isabel Rita Soromenho Silva Santos Sequeira	The effectiveness of the storytelling methodology in communicating cool brands	Inglês	Em curso	Iscte
3	Luis Sá	Marketing Relacional para as empresas brasileiras	Português	Em curso	Iscte
4	Tomé Rodrigues	Impacto da Informação Háptica na Intenção de Compra Online	Inglês	Em curso	Iscte

- Terminadas

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão

1	Cristina Maria Costa Abreu	Innovating in sustainable tourism: a nature-based tourism (NBT) business model	Inglês	Iscte	2024
2	Mónica Montes Mendes Rocha Ferreira	HUMAN-ARTIFICIAL INTELLIGENCE ENGAGEMENT EXPLORING THE PERSPECTIVES OF USERS AND TOURISM MANAGERS	Inglês	Iscte	2022
3	Li Dacan	The construction and application of brand value evaluation model for China's pharmaceutical industry	--	Iscte	2019

• Dissertações de Mestrado

- Terminadas

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão
1	Abigail Gaspar Gonçalves Fernandes	A resposta da audiência a diferentes Programas de Referência por Recompensa em Sites de Redes Sociais	Inglês	Iscte	2021
2	Rui Manuel de Olim	Plano de Negócios: Madeira Heritage Boutique Hotel	Inglês	Iscte	2021
3	Raquel Maria Freitas Pinheiro	A influência do Marketing de Experiências na satisfação do turista, compra, recompra e fidelização: o caso da Ilha da Madeira	Inglês	Iscte	2021
4	Carlos Ubaldo Sevilla Castillo	Meios de Comunicação Social e Marketing Digital para Promoção de Destino e Branding: O Estudo de Caso da Campanha "The Can't Skip Portugal".	Inglês	Iscte	2021
5	Inês Antunes Serras	O Impacto da Experiência na Lealdade às Marcas de Vinho na Indústria de Vinho Portuguesa.	Inglês	Iscte	2020
6	Mariana Martins Rebelo	Alojamento Local e os Millennials: Os determinantes que influenciam a escolha de alojamento	Inglês	Iscte	2020
7	Maria Martinho da Silva de Lemos Pires	O Impacto de Assistentes Pessoais Virtuais como Canais de Compra na Lealdade do Consumidor	Inglês	Iscte	2020
8	Catarina Quintas Nunes	Marketing Verde e os Consumidores Conscientes em Portugal	Inglês	Iscte	2019
9	Micaela Andreia Cabral Constantino	Como é que as redes sociais podem influenciar a lealdade dos consumidores	Inglês	Iscte	2019

10	Guilherme Caeiro de Matos	Repensar a estratégia de comunicação da União Europeia - O papel das plataformas digitais na promoção de uma cidadania activa	Inglês	Iscte	2019
11	Marina Sevilha Balthazar dos Santos	Ultrapassar Barreiras no Encaminhamento para Cuidados Paliativos ? O Papel das Estratégias de Marketing	Português	Iscte	2019
12	Catarina Isabel Neves Pereira da Silva	Serão os colaboradores comprometidos com a marca para a qual trabalham?	Inglês	Iscte	2019
13	Mónica Correia Cardoso Coelho Santos	A EXPERIÊNCIA OMNICANAL DA GERAÇÃO Z NAS LOJAS @COSMETICS	Português	Iscte	2018
14	Mariana Ventura Rodrigues	New Trends In Store Atmosphere: An application to the telecommunication sector	Inglês	Iscte	2017
15	Jorge Miguel Vicente de Campos Máximo	Olisipiadas - Estudo de Caso sobre a Criação da Marca de um Programa Desportivo Municipal	Português	Iscte	2017
16	Filipe de Amaral Pedro Bota de Mendonça	New Trends in Marketing: The impact in convenience store's atmosphere	Inglês	Iscte	2017
17	Bernardo Antunes de Almeida	RELEVÂNCIA DO "PARQUE DAS NAÇÕES" PARA A DINÂMICA DO TURISMO NA CIDADE DE LISBOA	Português	Iscte	2017
18	Ana Carolina Monte Rocha Baltazar Coelho	A Intenção de Compra nas Marcas no Facebook	Português	Iscte	2017
19	Inês de Oliveira Rodrigues	Marcas de Luxo num Contexto Digital - Exclusividade VS Diferenciação. Caso Furla	Português	Iscte	2017
20	Mafalda dos Santos Simões	New Trends in Store Atmosphere: An Application to the Banking Sector	Inglês	Iscte	2017
21	Filipa Loja Gomes Ferreira Evangelista	The Impact of New Trends in Supermarket Environment: The Case of the Olive Oil Sector	Inglês	Iscte	2017
22	Dharmite Tushar Narendra	The Influence of New Trends in Store Atmospherics on Customer Experience in a Convenience Store Environment in Portugal	Inglês	Iscte	2017
23	Marta Gil da Silva Araújo	Comportamentos do Consumidor e a Relação com o Turismo Criativo: Requalificação das Regiões Centro Interior de Portugal	Português	Iscte	2016
24	Anders Juul Nielsen	The consumer-brand relationship paradox	Inglês	Iscte	2015
25	Mille Nielsen	The Influence of Product Type, Humor Type, Brand Attitude, and Gender on Humour Effectiveness in ADS	Inglês	Iscte	2015

26	Rita Margarida Rolin Pires	Intenção de Compra Online nos Seniores Portugueses	Português	Iscte	2014
27	José Carlos de Melo Pinto Martins	Ferramentas de Marketing Digital no Sector Hoteleiro em Portugal: Influência ou Confluência	Português	Iscte	2014
28	Maria João Sousa Inácio dos Santos	An E-Portrait of International Business Schools' Strategy	Inglês	Iscte	2014
29	Paulo Filipe Figueiredo Nunes	The Relationships Between Portuguese Banks and their Customers in a Recessionary Context	Inglês	Iscte	2014
30	Teresa Isabel Damião dos Reis	NInfluência do Preço e Ações Promocionais no Valor Percecionado da Loja de Retalho	Português	Iscte	2014
31	Nuno Tiago de Figueiredo Cardoso	The Influence of Social Media in the Purchase Decision Process - The case of portuguese energy consumers	Inglês	Iscte	2014
32	Hugo Miguel Fidalgo Ferreira	A Study About E-WOM on an Economic Crisis Context: The case of telecommunications	Inglês	Iscte	2014
33	Noor-Ayn Sacoor	The Impact of the Economic Crisis on Portuguese Consumer Behaviour - The automobile sector	Inglês	Iscte	2014
34	Joana Abreu Machado Barata Gorgueira	The Effects of an Economic Downturn on Portuguese Families Purchase and Consumption: An application to the tourism sector	Inglês	Iscte	2014
35	Maria Joana Magalhães de Pinho	Fashion and Beauty Advertising Models 'Age and its Impact on Over 50 Female Consumers' Purchase Intention	Inglês	Iscte	2013
36	António Filipe Esteves Miguel Carvalho	The Effects of Celebrity Endorsement on Consumers Purchasing Intentions	Inglês	Iscte	2012
37	Ana Rita Bendada da Silva	O Papel do Marketing Relacional na Internet.	Português	Iscte	2009

• Projetos Finais de Mestrado

- Em curso

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Estado	Instituição
1	Manuel José Fradinho Silva Fernandes	Desenvolvimento de um plano de comunicação omnichannel para otimização do iDetailing na indústria farmacêutica – Um projeto em empresa	Português	Entregue	Iscte

- Terminadas

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão
1	Maria Coroado Santos	Melhorar a imagem da marca na mente dos consumidores e melhorar o posicionamento da marca em poupança e investimentos, num mundo digital	Inglês	Iscte	2021
2	Margarida Silva Gonçalves	O Impacto do Covid-19 na Gestão de Eventos: Como é que as empresa podem utilizar as Redes Sociais para fazer face à Pandemia. Plano de Redes Sociais para a RConcept	Inglês	Iscte	2021
3	Maria Garcia de Jesus	A Transformação Digital da Indústria Bancária: Caso da Caixa Geral de Depósitos	Inglês	Iscte	2021
4	Bernardo Maria de Siqueira de Almeida Tarouca Rôxo	Turismo de Surf na Ericeira - A inovadora oferta do Selina Boavista Ericeira	Português	Iscte	2020
5	Ana Sofia Félix Pires	DESENVOLVIMENTO DE UMA LOJA ONLINE PARA COMÉRCIO DE COSMÉTICOS EXCLUSIVOS DO CANAL FARMÁCIA	Português	Iscte	2020
6	João Dias do Rosário Pinto	Recuperar o Turismo - O Município de Sintra	Inglês	Iscte	2020
7	Sara Vanessa Fernandes Costa	Como as empresas multinacionais com mais de 100 anos de vida conseguem adaptar a sua estratégia à evolução do canal digital e do comércio online? - Um estudo de caso da Philips Portuguesa S.A	Inglês	Iscte	2020
8	Pedro Miguel Francisco Ferreira	Plano de Marketing TEVA ? OTC	Inglês	Iscte	2019
9	Cátia Sofia Ladeira Amorim	Plano de Marketing: Sistematização de um Plano de Ação como Proposta de Valor no Desenvolvimento da INAPA Packaging	Português	Iscte	2019
10	Rute Alexandra Fonseca Serra	Como criar valor através da experiência: Uma proposta APIVITA	Português	Iscte	2019
11	Patrícia Alexandra Leal de Oliveira Leal	Criação de um plano de marketing para empresas empreendedoras de crescimento rápido - Caso Science4you	Português	Iscte	2019
12	Carlos Jorge da Costa Alves	Projeto de empresa - Plano de Marketing - OTCs YF	Português	Iscte	2019
13	Rita Lourenço de Sousa	Como tornar startups inovadoras em negócios de sucesso: o caso da Techperks	Inglês	Iscte	2019

14	André Marques Travassos	Porquê e de que maneira o Greenwish reposicionou-se e afirmou-se como um restaurante "verde"	Inglês	Iscte	2019
15	Rodrigo Vieira Castilho	MEDIÇÃO DA PERFORMANCE DO MARKETING DIGITAL: COMO É QUE BOAS PRÁTICAS DE MEDIÇÃO DE PERFORMANCE DO MARKETING PODEM AUMENTAR A PERFORMANCE DAS EMPRESAS - O CASO DA FORALL PHONES	Inglês	Iscte	2019
16	Konstantin Brehm	O futuro de comércio de moda online - Como pode a Zalando SE alavancar o seu posicionamento de mercado e progresso tecnológico de forma a tornar-se o retalhista de moda online número um da Europa?	Inglês	Iscte	2019
17	Jorge Miguel Abreu Dias	COMUNICAÇÃO DE MARKETING NUMA ORGANIZAÇÃO SEM FINS LUCRATIVOS - UM CASO DE ESTUDO SOBRE A ATIVIDADE DE UMA ASSOCIAÇÃO DE ESTUDANTES - ASSOCIAÇÃO DE ESTUDANTES DO ISCTE-IUL	Inglês	Iscte	2018
18	Célia Marina Lopes Cabral	O impacto das redes sociais na reputação das organizações em contexto B2B.	Português	Iscte	2018
19	Mariana Martins Domingues Castelo Carrilho	Preopamo-nos com mais do que cabelo - Salon Emotion, a chave para L´Oréal Professionnel manter a sua liderança.	Inglês	Iscte	2018
20	Filipa Fernandez Veiga da Silva	A diferença cutural entre os consumidores Portugueses e Espanhóis: a estratégia da Science4you	Inglês	Iscte	2018
21	Inês Bernardo dos Santos	Customer Satisfaction and its relation with a positive NPS	Inglês	Iscte	2018
22	Graça Maria Porto Temudo Pires de Oliveira	O Negócio da Publicidade no Contexto de um Operador Postal	Português	Iscte	2017
23	Lia Barbieri da Nóbrega	Promotion of Sustainability in Higher Education Instituitions: ISCTE-IUL	Inglês	Iscte	2017
24	Inês Ferreira Lourenço Pinto	How can Store Atmosphere be Applied in Sonasol Brand	Inglês	Iscte	2017
25	Marta Isabel dos Santos Brito Patrício	Crescer em Tempos de Crise: caso de rebranding Compal	Português	Iscte	2016
26	Osvaldo Miguel Pereira Cordeiro	O Reposicionamento da Marca Landini no Mercado Português de Tractores Agrícolas	Português	Iscte	2016
27	João Filipe Ramos Pereira Gens	Implementação de CRM na Ordem dos Engenheiros	Português	Iscte	2016

28	Maria Carolina de Azaredo Raposo	Flagship Store Frutológica Compal	Inglês	Iscte	2016
29	Filipa Ribeiro do Couto	Lançamento de uma Nova Marca: Natur Troofs - Projeto Trofal S.A.	Português	Iscte	2016
30	André Filipe Ribeiro Bettencourt Calado	Case Study: Create a Facebook Campaign to Launch the APP Matrix Color Lounge	Inglês	Iscte	2016
31	Ana Rita Belo Pereira Francisco	Marketing Persona Formulation and Content Strategy Analysis for PHC Software, SA	Inglês	Iscte	2016
32	João Francisco Vaz da Rocha Paes de Faria	A Marketing Plan For The Nintendo NX	Inglês	Iscte	2016
33	Ana Catarina de Almeida Fancaria	How to Conquer the 6th Continent - Lancôme Brand in Travel Retail	Inglês	Iscte	2016
34	Luís Alexandre Faria Gomes	Impacto do Relançamento de Marcas em Declínio - O caso da marca Flora	Português	Iscte	2016
35	Catarina Fernandes Dias	How Can Luxury Cosmetic Companies Leverage on Global Shoppers. The case study of Kiehl´s since 1851	Inglês	Iscte	2016
36	Vanda Cristina Badagola Murteira Vaz de Carvalho	A Necessidade de Adaptação dos Bancos à Realidade Digital	Português	Iscte	2016
37	André Lima Campino	Dollarshaveclub.com - A case study on how can the brand tone of voice enable a startup to become a viral sensation	Inglês	Iscte	2015
38	Carlota Alves Vieira Duque Neves	Reposicionamento do Restaurante Hippopotamus do Hotel Tivoli Oriente	Português	Iscte	2015
39	Carolina Safara Saiote	Danone's CRM Program "Alimenta Sorrisos": A development plan	Inglês	Iscte	2015
40	Ana Rita Guerreiro Torrinha Monteiro Teles	Plano de Comunicação Digital para a Marca Amanhecer	Português	Iscte	2015
41	Maria do Carmo Orta Oliveira de Herédia Cordovil	A Communication Plan for the "1 Yogurt a Day" Program	Inglês	Iscte	2015
42	Soraia Sofia Fernandes do Vale	A Social Media Marketing Plan for Galp Energia	Inglês	Iscte	2015
43	Miguel Lages Ribeiro Gomes Saúde	Sporting Clube de Portugal, a Social Media Benchmark in the Football Clubs' Sector	Inglês	Iscte	2015
44	Francisco Van Zeller de Moser	O Turismo da Cidade de Lisboa numa Perspectiva Cruzada entre a Procura e a Oferta	Português	Iscte	2015

45	Vânia Catarina Pereira de Barros Gregório	The Challenge of Enhancing a Luxury Brand Without Awareness in a Perfumery	Inglês	Iscte	2014
46	Ricardo António Teixeira Avelino	Marketing Communication Plan - Century 21 Global	Inglês	Iscte	2014
47	Cláudia Patrícia Ferreira da Silva Loureiro	Análise e Estratégia do Lançamento de Margarina Imperial	Português	Iscte	2013
48	Diogo Lopes Caramelo	Segmentation Model for an Electronics and Appliances Retailer in B2B Market	Inglês	Iscte	2013
49	Celso Alves Martins	Albufeira: A Proposal for Brand Redefinition and Communication Plan	Inglês	Iscte	2013
50	Vera Sofia Gonçalves Silva	Go-To-Market Strategy for Video Call Through Television	Inglês	Iscte	2013
51	João Paulo Coelho dos Santos	Brand Extensions: A Marketing Plan for the Launching of a Tea Product Line Applied to LUSO	Inglês	Iscte	2013
52	Raquel Rodrigues Antão	An Integrated Communication Plan for Herdade dos Arrochais	Inglês	Iscte	2013
53	Miguel Jesus Rito Calado	Brand Redefinition and Communication Plan for Grândola	Inglês	Iscte	2013
54	Mariana de Brito Simões	Tourists' Insights of Historic Hotels: The Case of Pousadas de Portugal	Inglês	Iscte	2012
55	João Filipe Arrobas Correia de Matos	Análise da Estratégia Co-Branding no Sector Financeiro em Portugal - O caso da CGD	Português	Iscte	2012
56	Frederico Simões Amores	Optimus Kanguru - Novos Canais de Distribuição	Português	Iscte	2012
57	José Manuel Paulino Barambão	Plano Estratégico para o Desenvolvimento do Turismo Desportivo no Concelho de Sines como forma de Combater a Sazonalidade	Português	Iscte	2012
58	Sara de Azevedo Rodrigues	O Impacto das Redes Sociais no Relacionamento entre Marcas e Consumidores	Português	Iscte	2012
59	Helena Isabel Teixeira Torres	A relação entre a indústria das viagens e turismo em Portugal e o Facebook: Profissionalização da página do Facebook da Amadeus Portugal	Português	Iscte	2012
60	Mariana Trindade Ricardo	Plano para a Definição de Modelos de Segmentação para o Meo	Português	Iscte	2012
61	Carmen Sofia Mendes Garcia de Castro	Imagem das Marcas da Distribuição	Português	Iscte	2012

62	Mafalda Isabel Biga Campanha	Digital Communication Plan for Renault Twizy	Inglês	Iscte	2012
63	José António Nobre Cardoso	Online Buying Behavior in Tecnological and Office Produtcts	Inglês	Iscte	2012
64	Inês Rubio Cabrita	Portuguese Online Searching and Buying Behavior for Personal Lifestyle Products and Services	Inglês	Iscte	2012
65	Joana Cláudia Estêvão Ramalho	Touristic Marketing: communicating a brand called Vila Real de Santo António	Inglês	Iscte	2012
66	Adelaide Sofia Marques Portela Batista	Food for Wine Lovers - A restaurant repositiong	Inglês	Iscte	2012
67	Inês Martins dos Santos Fidalgo Fonseca	L'Oréal Professionnel Homme "Redefining the Market with a New Extension	Inglês	Iscte	2012
68	Madalena Piano de Abreu Castelo Branco	Being Traditional in the Global - Santini case study	Inglês	Iscte	2012
69	Rodrigo Gordicho da Costa Hipólito de Oliveira	--	--	Iscte	2011
70	Rita Gomes Alves	A Influência da Comunicação no Crescente Consumo de Produtos Grooming Masculinos.	--	Iscte	2011
71	Marta Isabel Pedrosa Ribeiro	Fidelização de Consumidores SKIP	--	Iscte	2011
72	Steven Henriques Santos	Factores Competitivos: Mergulhando no turismo do Surf.	--	Iscte	2011
73	Diana Ferreira Mota de Oliveira Ponte	--	--	Iscte	2011
74	Ana Catarina Correia Campos	As Extensões de Marca: Caso Dove Men+Care.	Português	Iscte	2011
75	Bárbara Ramos Pais Silveira	Impacto da Gestão de Reclamações na Fidelização de Clientes	--	Iscte	2011
76	Fábio Alexandre Rodrigues Nunes	Turismo Rural: Aldeia de Mofreita	--	Iscte	2011
77	Ivan Miguel Pinheiro Pacheco Coelho	O Mercado dos Hostels: Análise e Estratégia de expansão de um caso de sucesso	Português	Iscte	2011
78	Margarida Távora Alves	--	--	Iscte	2011
79	Ricardo Manuel da Silva Veras Santos Reis	Jornal de Negócios: O Fim da Liderança no Mercado da Imprensa Diária Portuguesa	Português	Iscte	2011
80	Inês de Albuquerque Tomás Mateus	--	--	Iscte	2011

81	Maria do Carmo de Morais de Matos	O Relatório de Sustentabilidade da Matutano.	Português	Iscte	2011
82	Maria Sofia Godinho Quintino de Barros	Estudo sobre a Consumidora Portuguesa de Vinhos - O impacto das crenças na sua opção de beber vinho	Português	Iscte	2011
83	Teresa Alexandra Féria Gato Contreiras Revez	Comunicação Integrada da Marca Alentejo.	Português	Iscte	2010
84	Luís Miguel de Jesus Simões Justino	A Internacionalização da Proóptica para Marrocos como Forma de Melhorar a Competitividade da Empresa	Português	Iscte	2010
85	Rita Gouveia Macedo Ferreira	A Imagem da SATA no Continente Português.	Português	Iscte	2010
86	Nuno Miguel Dias de Carvalho	Estratégias de Marketing na Banca Portuguesa: A Oferta de Trade Finance.	Português	Iscte	2010
87	Sónia Lourenço Olaio	CRM: A Importância da Relação One-to-One em Contexto da Crise Financeira.	Português	Iscte	2010
88	Artur Jorge Mendes Fernandes	Análise nas 4 Vertentes dp Marketing-Mix no Lançamento do Alfa Romeo Mito.	Português	Iscte	2010
89	Ana Sofia Narciso Marques de Andrade Nunes	Novo Paradigma do Crédito Habitação	Português	Iscte	2010
90	Maria Teresa Marques Vidigal	A Imagem de Portugal como Destino Turístico em Espanha.	Português	Iscte	2010
91	Gonçalo dos Santos Ribeiro	Plano Estratégico de Comunicação para a Intertur S.A.	Português	Iscte	2009
92	Marco Emmanuel da Cruz Godinho	Um Estudo Exploratório sobre a Orientação de Marketing pelo Mercado.	Português	Iscte	2009
93	Maria Margarida Rodrigues Gonçalves Bettencourt	A Internacionalização do Compal Essencial para o Mercado Polaco.	Português	Iscte	2009

Total de Citações

Web of Science®	247
Scopus	256

Publicações

- **Revistas Científicas**

- Artigo em revista científica

1	Rebelo, J., Pereira, H., Pinheiro, C. M. & Ribeiro, M. F. (N/A). Navigating climate risk for resilience: A roadmap of research patterns and emerging trends. Business Strategy and the Environment, N/A. https://doi.org/10.1002/bse.71685
2	Rebelo, J., Pereira, H., Pinheiro, C. M. & Ribeiro, M. F. (2026). Mapping climate change research: A bibliometric and topic modelling analysis. Climatic Change, 179(11). https://doi.org/10.1007/s10584-026-04333-y
3	Abreu, C., Marques, C. & Pereira, H. G. (2026). Nature-based tourism: Perceptions of sustainability and innovation in business models. World Development Sustainability, 9. https://doi.org/10.1016/j.wds.2026.100331
4	Abreu, C., Marques, C. & Pereira, H. G. (2026). Business models for nature-based tourism companies: The adoption of sustainable requirements. Journal of Rural Studies, 124. https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2026.104102 - N.º de citações Web of Science®: 2 - N.º de citações Scopus: 1
5	Abreu, C., Marques, C. & Pereira, H. G. (2025). Understanding sustainability and innovation in nature-based tourism business models: A systematic literature review. Journal of Sustainability Research, 7(4). https://doi.org/10.20900/jsr20250068 - N.º de citações Scopus: 3 - N.º de citações Google Scholar: 7
6	Ferreira, Mónica Mendes, Pereira, H., Ashfaq, M. & Loureiro, S. M. C. (2023). Tourist-virtual assistant communication: the power of attachment and authenticity. Anatolia, 34(4), 566?578. https://doi.org/10.1080/13032917.2022.2096653 - N.º de citações Web of Science®: 10 - N.º de citações Scopus: 12 - N.º de citações Google Scholar: 16
7	Ferreira, Mónica Mendes, Loureiro, S. M. C. & Pereira, H. (2022). You are only mine: Engage with voice assistant while find destinations and accommodations. Journal of Promotion Management, 28(2), 189?204. https://doi.org/10.1080/10496491.2021.1987986 - N.º de citações Web of Science®: 10 - N.º de citações Scopus: 20 - N.º de citações Google Scholar: 22
8	Pereira, H., Salgueiro, M. F. & Rita, P. (2017). Online determinants of e-customer satisfaction: application to website purchases in tourism. Service Business, 11(2), 375?403. https://doi.org/10.1007/s11628-016-0313-6 - N.º de citações Web of Science®: 44 - N.º de citações Scopus: 41 - N.º de citações Google Scholar: 103
9	Pereira, H. G., Cardoso, M. & Dionísio, P. (2017). The determinants of website purchases: the role of e-customer loyalty and word-of-mouth. International Journal of Electronic Marketing and Retailing, 8(2), 136?156. https://doi.org/10.1504/IJEMR.2017.10006409 - N.º de citações Web of Science®: 2 - N.º de citações Scopus: 9

10	Pereira, H., Salgueiro, M. F. & Rita, P. (2016). Online purchase determinants of loyalty: the mediating effect of satisfaction in tourism. Journal of Retailing and Consumer Services, 30, 279?291. https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.01.003 - N.º de citações Web of Science®: 107 - N.º de citações Scopus: 90 - N.º de citações Google Scholar: 296
11	Pereira, H. G., Carvalho, A. & Portela, S. L. (2015). The managerial and economic effects of celebrity endorsement on consumer purchasing intentions. International Journal of Latest Trends in Finance and Economics Sciences, 5(2), 898?909.
12	Pereira, H., Salgueiro, M. F. & Mateus, I. (2014). Say yes to Facebook and get your customers involved! Relationships in a world of social networks. Business Horizons, 57(6), 695?702. https://doi.org/10.1016/j.bushor.2014.07.001 - N.º de citações Web of Science®: 72 - N.º de citações Scopus: 68
13	Miranda, N., Raminhos, R., Pereira, H. & Trigo, V. (2013). Video for Travel - an effective solution for applying video in the tourism domain. International Journal of Innovations in Business, 2(2).
14	Dionísio, P., Leal, C., Pereira, H. & Salgueiro, M. F. (2013). Piracy among undergraduate and graduate students: influences on unauthorized book copies. Journal of Marketing Education, 35(2), 191?200. https://doi.org/10.1177/0273475313491578 - N.º de citações Scopus: 12
15	Pereira, H., Costa, I. & Patuleia, M. (2012). O Marketing Turístico Sustentável orientado para as Comunidades Locais: o Polo de Desenvolvimento Turístico da Serra da Estrela. Revista Turismo e Desenvolvimento/Journal of Tourism and Development, 17/18, 695?706.

• Livros e Capítulos de Livros

- Autor de livro

1	Luiz Moutinho, Valarinho, F., Pereira, H., Dionísio, J., Esteves, P. & Rodrigues, J. (2020). Gestão no Pós-Covid19 Exemplos e Tendências Inspiradoras. Prime Books.
2	Dionísio, J., Pereira, H. & Cardoso, M. (2012). Comportamentos de procura de informação e compra online. Confederação do Comércio e Serviços de Portugal.
3	Moutinho, L., Dionísio, J., Rodrigues, J. & Pereira, H. (2012). Marketing Trends - Antecipar o futuro para inspirar o presente. Bnomics.

- Editor de livro

1	Rodrigues, J., Dionísio, J., Pereira, H. & Crespo de Carvalho, J. (2011). Grupo Nabeiro - Gestão Sustentada e Sucesso Empresarial. B-nomics.

- Capítulo de livro

1	Ferreira, Mónica Mendes, Pereira, H. & Loureiro, S. M. C. (2020). Communication tools in the customer's journey: Application to the tourism sector. In Sandra Maria Correia Loureiro, Hans Ruediger Kaufmann (Ed.), Exploring the power of electronic word-of-mouth in the services industry (pp. 288?316). IGI Global. https://doi.org/10.4018/978-1-5225-8575-6.ch016 - N.º de citações Google Scholar: 7

• Conferências/Workshops e Comunicações

- Publicação em atas de evento científico

1	Rebelo, J., Pereira, H. & Pinheiro, C. (2024). Examining banks' response to climate risks: Insights from Portugal. In Tawfiq Rkibi (Ed.), 2nd International Scientific Conference of Social Sciences and Technology School of Universidade Europeia: Abstracts (pp. 51?52). Universidade Europeia.
2	Ferreira, M. M., Loureiro, S. M. C. & Pereira, H. (2021). Virtual reality and artificial intelligence: Co-creation process between consumers and firms in an area of smart cities. In M. Claudia tom Dieck, Timothy H. Jung, Sandra M. C. Loureiro (Ed.), Augmented reality and virtual reality: New trends in immersive technology, Conference Proceedings (pp. 239?250). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-68086-2_18 - N.º de citações Google Scholar: 3
3	Pereira, H. & Salgueiro, M. F. (2020). The role of satisfaction when mediating loyalty: What's for in online tourism purchases?. EURAM 2020 Conference Proceedings. European Academy of Management.
4	Ferreira, M. M., Loureiro, S. M. C. & Pereira, H. (2020). The role of virtual reality and artificial intelligence in marketing relationship communications. 2020 Global Marketing Conference at Seoul Proceedings (pp. 981?983). Global Alliance of Marketing and Management Associations. https://doi.org/10.15444/GMC2020.07.06.02
5	Ferreira, Mónica Mendes, Loureiro, S. M. C. & Pereira, H. (2020). Virtual reality and artificial intelligence in an area of smart cities. 6th International AR VR Conference.
6	Pereira, H. G. & Salgueiro, M. F. (2019). What determines tourism loyalty?: The role of trust in online purchases of tourism products. European Academy of Management Conference, EURAM 2019. European Academy of Management.
7	Marques, S., Lindo, V. & Pereira, H. (2019). How gender affects the buying-decision process among consumers of luxury goods. 2019 Global Fashion Management Conference at Paris Proceedings. Global Alliance of Marketing and Management Associations. https://doi.org/10.15444/GFMC2019.05.06.10
8	Pereira, H. & Salgueiro, M. F. (2019). Fashion and beauty advertising models' age and its impact on over 50 female consumers' purchase intention. 2019 Global Fashion Management Conference at Paris Proceedings (pp. 824?826). Global Alliance of Marketing and Management Associations. https://doi.org/10.15444/GFMC2019.08.06
9	Pereira, H., Salgueiro, M. F. & Nunes, P. (2018). The relationships between portuguese banks and their customers in a recessionary context. In The Academy of Business and Retail Management (Ed.), 7th International Conference on Business and Economic Development (ICBED) (pp. 340?351).
10	Teixeira, N., Pereira, H. G. & Dionísio, P. (2018). Online consumer generated content it's for real! the rise of social influence marketing. 7th International Conference on Business and Economic Development, ICBED 2018 (pp. 358?366). The Academy of Business and Retail Management.

11	Pereira, H. G., Salgueiro, M. F. & Marques, S. H. (2017). How does economic crisis impact on family vacations?. International Conference on Business and Economic Develpoment (pp. 374?384). The Academy of Business and Retail Management (ABRM).
12	Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Marques, S. (2017). Portuguese women as wine consumers - the impact of beliefs on the option to drink wine. International Conference on Business and Economic Develpoment (pp. 68?78). The Business & Management Review.
13	Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Rita, P. (2016). The mediating effect ofsatisfaction: Does is influences loyalty concerning online tourism purchases?. Proceedings of the 45th European Marketing Academy Conference (EMAC). EMAC.
14	Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Nunes, P. (2015). The relationships between Portuguese banks and their customers in a recessionary context. In Irina Saur-Amaral (Ed.), International Conference on Innovation and Entrepreneurship in Marketing and Consumer Behaviour - ICIEMC (pp. 205?217). Edições IPAM.
15	Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Rita (2015). Intenção de compra online nos seniores Portugueses. In Irina Saur-Amaral (Ed.), International Conference on Innovation, Entrepreneurship in Marketing and Consumer Behavior - ICIEMC (pp. 218?229). Edições IPAM.
16	Pereira, H., Cardoso, M. G. M. S. & Dionísio, J. (2014). Online buying behavior in Technological and Office Products. In Stockholm School of Economics (Ed.), Shopper Marketing and Pricing Conference (pp. 81?84). Stockholm School of Economics.
17	Pereira, H., Rita, P. & Salgueiro, M.F. (2014). A Relationship Marketing Approach to the Online Purchase of Tourism Products. In Enrique Bigné, EMAC 2014 Conference Chair (Ed.), EMAC 2014 - Paradigm Shifts & Interactions. Universitat de Valencia.
18	Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Inês Costa (2014). A Role of Local Communities in a Sustainable Destination Perspective. Tourism and Ageing Conference 2014.
19	Pereira, H., Salgueiro, M.F., Dionísio, J. & Joana Pinho (2014). Fashion and Beauty Advertising Models' Age and its Impact on Over 50 Female Consumers' Purchase Intention. Tourism and Ageing Conference, 2014.
20	Pereira, H., Cardoso, M. G. M. S. & Pedro Dionísio (2014). Online Buying Behavior in Technological and Office Products. Shopper Marketing & Pricing Conference Proceedings. Published by Stockholm School of Economics.
21	Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Rita, P. (2014). Online Determinants of E-Customer Satisfaction: Application to Website Purchases in Tourism. In International Network of Business and Management Journals (Ed.), International Network of Business and Management Journals. International Network of Business and Management Journals.
22	Pereira, H., Dionísio, J. & Cardoso, M. G. M. S. (2013). Portuguese online consumer and buying behavior for home products. EIRASS.
23	Pereira, H., Cardoso, M. G. M. S. & Dionísio, J. (2013). Lifestyle Products and Services Online. EIRASS.
24	Pereira, H., Dionísio, J. & Leal, M. (2013). The Hostel Market: a successful case of service strategy. International Network of Business and Management Journals.
25	Teixeira, N., Dionísio, J. & Pereira, H. (2013). Online Consumer Generated Content and the Role of Social Influence Marketing. International Network of Business & Management Journals.

26	Costa, I. & Pereira, H. (2013). A Sustainable Tourism Marketing in Local Communities Perspective. International Network of Business & Management Journal.
27	Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Mateus, I. (2013). Relationships between Brands and Customers in a World of Social Networks. International Network of Business and Management Journals – INBAM. INBAM 2013.
28	Pereira, H., Costa, I. & Patuleia, M. (2012). O Marketing Turístico Sustentável orientado para as Comunidades Locais: o Polo de Desenvolvimento Turístico da Serra da Estrela. In Universidade de Aveiro (Ed.), INVTUR 2012 (pp. 0?0).
29	Miranda, N., Raminhos, R., Silveira, A., Seabra, P., Pereira, H., Coutinho, E....Trigo, V. (2012). VIDEO FOR TRAVEL An effective solution for using video in the tourism domain. In University for Business Engineering and Management, Banja Luka (Ed.), International Conference on Social and Technological Development (STED 2012) (pp. 0?0).
30	Pereira, H., Trigo, V., Dionísio, J., Cardoso, M., Miranda, N., Raminhos, R....Seabra, P. (2012). Video for travel: Determinants of Video Content Usage Relations. In University for Business Engineering and Management, Banja Luka (Ed.), International Conference on Social and Technological Development (STED 2012) (pp. 0?0).
31	Pereira, H., Rita, P. & Salgueiro, M.F. (2012). How To Make Customers Loyal To Online Tourism Products?. In European Marketing Association (Ed.), EMAC 2012 (pp. 294?295).
32	Hélia Maria Gonçalves Pereira, Paulo Miguel Rasquinho Ferreira Rita & Salgueiro, M.F. (2011). Evaluating online purchase factors that influence e-customer satisfaction in tourism. Proceedings of the EMAC 2011 Conference (pp. 0?0).
33	Pereira, H., Rita, P. & Salgueiro, M.F. (2010). Evaluating traditional online purchase factors that influence online tourism customers satisfaction. In EMAC (Ed.), European Marketing Association Conference 2010 (pp. 0?0). EMAC.
34	Pereira, H., Rita, P. & Salgueiro, M.F. (2009). The Determinants of Satisfaction of Loyal Customers in the Purchase of Online Tourism Products. Academy of Marketing Conference (pp. 0?0). Academy of Marketing.

- Comunicação em evento científico

1	Pereira, H. & Salgueiro, M.F. (2020). The Role of Satisfaction when mediating Loyalty What's for in Online Tourism Purchases?. EURAM 2020 - European Academy of Management Conference,.
2	Pereira, H. (2020). The Role of Satisfaction when mediating Loyalty What's for in Online Tourism Purchases?. EURAM 2020 ONLINE CONFERENCE THE BUSINESS OF NOW: THE FUTURE STARTS HERE,.
3	Ferreira, Mónica Mendes, Loureiro, S. M. C. & Pereira, H. (2020). Virtual reality and artificial intelligence: co-creation process between consumers and firms in an area of smart cities. 6th International AR VR Conference: Augmented Reality and Virtual Reality - New trends in immersive technology,.
4	Pereira, H. & Salgueiro, M.F. (2019). What determines Tourism Loyalty? The Role of Trust in Online Purchases of Tourism Products. EURAM European Management Conference,.
5	Marques, S. & Pereira, H. (2019). How gender affects the buying-decision process among consumers of luxury goods. 2019 Global Fashion Management Conference,.

6	Pereira, H. & Salgueiro, M.F. (2019). FASHION AND BEAUTY ADVERTISING MODELS'AGE AND ITS IMPACT ON OVER 50 FEMALE CONSUMERS' PURCHASE INTENTION. GAMMA 2019 - Global Fashion Management Conference,.
7	Pereira, H., Dionísio, J. & Teixeira, N. (2018). Online Consumer Generated Content it's for real! The Rise of Social Influence Marketing. IECBD,.
8	Pereira, H. & Salgueiro, M.F. (2018). The relationship between Portuguese banks and their customers in a recessionary context. ICBED 2018,.
9	Araújo, M., Pereira, H. & Marques, C. (2017). Creative Tourists in Rural Regions: How do they behave regarding to creative experiences?. European Marketing Academy Conference - EMAC 2017,.
10	Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Marques, S. (2017). Portuguese women as wine consumers - the impact of beliefs on the option to drink wine. International Conference on Business and Economic Develpoment,.
11	Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Marques, S. (2017). How does economic crisis impact on family vacations?. International Conference on Business and Economic Development,.
12	Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Rita, P. (2016). The Mediating Effect of Satisfaction – Does is influences Loyalty Concerning Online Tourism Purchases?. European Marketing Academy 2016,.
13	Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Nunes, P. (2015). The relationships between Portuguese banks and their customers in a recessionary context. International Conference on Innovation and Entrepreneurship in Marketing and Consumer Behaviour - ICIEMC,, 205?217.
14	Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Rita (2015). Intenção de compra online nos seniores Portugueses. International Conference on Innovation, Entrepreneurship in Marketing and Consumer Behavior - ICIEMC,, 218?229.
15	Pereira, H., Rita, P. & Salgueiro, M.F. (2014). A Relationship Marketing Approach to the Online Purchase of Tourism Products. EMAC 2014 - Paradigm Shifts & Interactions, 43th.
16	Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Inês Costa (2014). A Role of Local Communities in a Sustainable Destination Perspective. Tourism and Ageing Conference 2014,.
17	Pereira, H., Salgueiro, M.F., Dionísio, J. & Joana Pinho (2014). Fashion and Beauty Advertising Models' Age and its Impact on Over 50 Female Consumers' Purchase Intention. Tourism and Ageing Conference, 2014,.
18	Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Rita, P. (2014). Online Determinants of E-Customer Satisfaction: Application to Website Purchases in Tourism. International Network of Business and Management Journals, 4.
19	Pereira, H., Cardoso, M. G. M. S. & Dionísio, J. (2014). Online buying behavior in Technological and Office Products. Shopper Marketing and Pricing Conference,, 81?84.
20	Dionísio, J., Pereira, H. & Cardoso, M. (2013). Portuguese online consumer and buying behavior for home products. Recent Advances in Retailing & Services Science Conference,.
21	Pereira, H., Dionísio, J. & Cardoso, M. (2013). Lifestyle Products and Services Online. Recent Advances in Retailing & Services Science Conference,.
22	Pereira, H., Dionísio, J. & Leal, M. (2013). The Hostel Market: a successful case of service strategy. International Network of Business and Management Journals – INBAM,.

23	Pereira, H. & Costa, I. (2013). A Sustainable Tourism Marketing in Local Communities Perspective. International Network of Business and Management Journals – INBAM,.
24	Teixeira, N., Dionísio, J. & Pereira, H. (2013). Online Consumer Generated Content and the Role of Social Influence Marketing. International Network of Business and Management Journals – INBAM,.
25	Pereira, H., Salgueiro, M.F. & Mateus, I. (2013). Relationships between Brands and Customers in a World of Social Networks. International Network of Business and Management Journals – INBAM,.
26	Pereira, H. & Mateus, I. (2012). A Study about the Relation between Brands and Fans in the Facebook. 19th International Conference on Recent Advances in Retailing and Consumer Services Science,.
27	Alves, R., Pereira, H. & Cardoso, M. (2012). The influence of communication on the increased consumption of male grooming products. 19th International Conference on Recent Advances in Retailing and Consumer Services Science,.
28	Pereira, H., Costa, I. & Patuleia, M. (2012). O Marketing Turístico Sustentável orientado para as. INVTUR 2012,.
29	Pereira, H., Miranda, N., Raminhos, R., Silveira, A., Seabra, P., Coutinho, E....Trigo, V. (2012). Vídeo for Travel An effective solution for using video in the tourism domain. International Conference on Social and Technological Development (STED 2012),.
30	Pereira, H., Trigo, V., Dionísio, J., Cardoso, M., Miranda, N., Raminhos, R....Seabra, P. (2012). Video for travel: Determinants of Video Content Usage Relations. International Conference on Social and Technological Development (STED 2012),.
31	Pereira, H. & Lage, M. (2012). Market Driving Sustainable Trends. EMAC 2012,.
32	Pereira, H., Rita, P. & Salgueiro, M.F. (2012). How To Make Customers Loyal To Online Tourism Products?. EMAC 2012,.
33	Hélia Maria Gonçalves Pereira, Paulo Miguel Rasquinho Ferreira Rita & Salgueiro, M.F. (2011). Evaluating online purchase factors that influence e-customer satisfaction in Tourism. The European Marketing Academy Conference,.
34	Santos, M-C., Martins, L.M. & Pereira, H. (2011). Marketing Planning modulul 4, Support for the International Master of Entrepreneurship and Venture. TREPAN Program supported by Union European, Romanian, University of Craiova and ISCTE-IUL.,.
35	Pereira, H., Rita, P. & Salgueiro, M.F. (2010). Evaluating specific online purchase factors that influence online tourism customers satisfaction. 17th International Conference of the European Institute of Retailing and Services Studies,.
36	Pereira, H., Rita, P. & Salgueiro, M.F. (2010). Evaluating traditional online purchase factors that influence online tourism customers satisfaction. The European Marketing Academy Conference,.
37	Pereira, H., Rita, P. & Salgueiro, M.F. (2009). The Determinants of Satisfaction of Loyal Customers in the Purchase of Online Tourism Products. Academy of Marketing Conference,.
38	Pereira, H. & Rita, P. (2008). The influence of Relationship Marketing and other motivational factors in the satisfaction and loyalty of online purchase of tourism products. The European Institute of Retailing and Services Studies (EIRASS) International Conference,.

Cargos de Gestão Académica

Director (2020 - 2021)
Unidade/Área: Mestrado em Gestão de Hotelaria e Turismo

Director (2018 - 2020)
Unidade/Área: Mestrado em Gestão de Hotelaria e Turismo

Director (2017 - 2018)
Unidade/Área: Licenciatura em Gestão de Marketing

Coordenador (2017)
Unidade/Área: Curso de Pós Graduação em Direcção Comercial

Coordenador (2017 - 2018)
Unidade/Área: [0225] Gestão de Topo em Hotelaria

Coordenador (2016 - 2017)
Unidade/Área: Curso de Pós Graduação em Gestão Empresarial

Sub-diretor (2015 - 2018)
Unidade/Área: Departamento de Marketing, Operações e Gestão Geral

Director (2011 - 2013)
Unidade/Área: Mestrado em Marketing

Director (2010 - 2011)
Unidade/Área: Mestrado em Marketing

Prémios

Prémio Pedagógico ISCTE-IUL (2015)

Melhor Docente Mestrado Executivo Gestão de Projectos (2014)

Melhor Docente Mestrado Executivo Gestão de Marcas (2011)

Melhor Docente Mestrado Executivo Gestão de Marcas (2010)

Organização/Coordenação de Eventos

Tipo de Organização/Coordenação	Título do Evento	Entidade Organizadora	Ano
Membro de comissão organizadora de evento não científico	A Revolução do Pricing e Distribuição em Hotelaria	INDEG-ISCTE	2016
Membro de comissão organizadora de evento não científico	Novos Modelos de Negócio em Hotelaria	INDEG-ISCTE	2016
Membro de comissão organizadora de evento científico	Tourism and Ageing	Audax-IUL	2016

Membro de comissão organizadora de evento não científico	Estudo O comportamento bancário do novo emigrante	Marketing FutureCast Lab	2015
Membro de comissão organizadora de evento não científico	Estudo Comportamento de Compra de Seniores Portugueses	Marketing FutureCast Lab	2015
Membro de comissão organizadora de evento não científico	Estudo Os Jovens Portugueses	Marketing FutureCast Lab	2015
Membro de comissão organizadora de evento não científico	Estudo Best Practices in Social Media	Marketing FutureCast Lab	2014
Membro de comissão organizadora de evento não científico	Paradigm Shift	Marketing FutureCast Lab	2013
Membro de comissão organizadora de evento não científico	Estudo "O novo Normal"	Marketing FutureCast Lab	2013
Membro de comissão organizadora de evento não científico	New Trends in Marketing	Marketing FutureCast Lab	2012
Coordenação geral de evento científico (com comissão científica) fora do ISCTE-IUL	Comportamento de Pesquisa e Compra Online	CCP	2012